

O cardápio com QR code tem que morrer

Nem aquele palhaço do fast food deve ter imaginado algo tão nocivo e deletério para a saúde mental do cliente

Leo Aversa, 04/04/2023

Link: <https://oglobo.globo.com/cultura/leo-aversa/noticia/2023/04/o-cardapio-com-qr-code-tem-que-morrer.ghtml>

Tem aquelas videntes que anunciam em postes, dizendo que trazem a pessoa amada em três dias. Acho que não dá para garantir nada no amor, mas sobre prazos tem algo que posso assegurar: se me derem um restaurante, afundo o negócio em menos tempo. Não tenho o menor talento na cozinha, muito menos no salão. Até para servir um cafezinho sou um desastre.

Esclarecido isso, vamos ao assunto da coluna de hoje: os cardápios por QR code. Donos de restaurantes, por favor, parem com isso. Só parem.

O leitor já deve ter passado pela experiência: entrar num agradável estabelecimento, chamar o simpático garçom, pedir o conhecido cardápio e então ser apresentado — à força — a um pequeno e misterioso quadrado de op art. Começa o martírio: é preciso fotografar o quadradinho com o celular, caçar o link e aí chegar a um misterioso e desconjuntado site, onde — com alguma sorte e muita paciência — você encontrará uma lista aleatória de pratos.

Voilà!

Nem aquele palhaço do fast food deve ter imaginado algo tão nocivo e deletério para a saúde — mental — do cliente. O que levaria alguns prazerosos minutos se torna uma longa e dolorosa experiência.

Sim, sei que na pandemia foi uma medida de segurança importante, ninguém queria se contaminar folheando um cardápio infecto, mas o pior da Covid já passou e, meus caros restaurateurs, é necessário voltar ao normal.

Entendo também que os clientes da Geração Z adoram esse tipo de presepada — desculpem, “experiência” — e o que não é resolvido no celular para eles é coisa de dinossauros. Sabemos que essa geração tem uma comovente dificuldade de compreender qualquer situação que não seja intermediada por uma tela eletrônica. Cabe a nós — dinossauros — ensiná-los a enfrentar o difícil e tortuoso caminho do mundo analógico. Escolher um prato num cardápio em papel, por exemplo.

Se a questão é o custo, se o papel normal está caro, não tem problema: imprimam os cardápios em guardanapos, jornal velho, papel higiênico. Tá valendo, desde que dê para folhear. Pode ser escrito em Comic Sans, Helvetica ou mesmo à mão. Em último caso, vale até aquele quadro negro na entrada. Qualquer coisa que não dependa de bateria ou conexão.

Se esses argumentos não forem suficientes, há outro que é ainda mais fácil de entender. Digamos que um cliente, desses extrovertidos saltitantes, deslumbrados por novidades, aceite de bom grado o tal menu digital. Ele pega o celular no bolso e fica ali feliz, de boas, rolando a tela para cima e para baixo, em busca do prato perfeito. De repente ele ouve o “pín” maldito. Entrou um zap. Abre e é coisa de trabalho. Deu tracinho azul do outro lado, então ferrou, tem que responder. Entra um e-mail. Outro. Mais outro. O que era uma agradável mesa de almoço vira uma diabólica sucursal da firma. E aí, meu caro restaurateur, você ganhou um cliente nervoso e estressado, maldizendo a hora em que entrou no seu estabelecimento. Vale a pena?

Não consigo servir um cafezinho direito, afundaria restaurantes se os tivesse, mas me sobram migalhas de bom-senso. Por conta delas, tenho até um certo dom de vidente: donos de restaurantes, por favor, esqueçam os cardápios QR. O cliente amado volta em três dias. Isso eu garanto.